



FMCG 온라인 거래시장은 신기록 수립 중

러시아 FMCG시장 전문가들은 항상 편의점이 미래 소비시장을 바꿀 것이라 언급해 왔으나 전 세계적인 코로나19 바이러스로 인한 팬데믹 상황은 이러한 쇼핑구조 자체를 흔들었으며 온라인 거래시장은 FMCG시장의 가장 안전한 소비유통 채널로 자리 잡고 있다.

예상과 같이 3월과 4월 온라인 FMCG시장은 폭발적으로 수요가 증가한 바 있으며 시장조사 전문기관 Nielsen의 발표에 따르면 코로나19는 FMCG시장 구조의 변화를 초래하였으며 전반적인 시장 침체에도 불구하고 소비자들이 가장 선호하는 구매 형태로 급속히 자리매김하였다고 전한 바 있다.

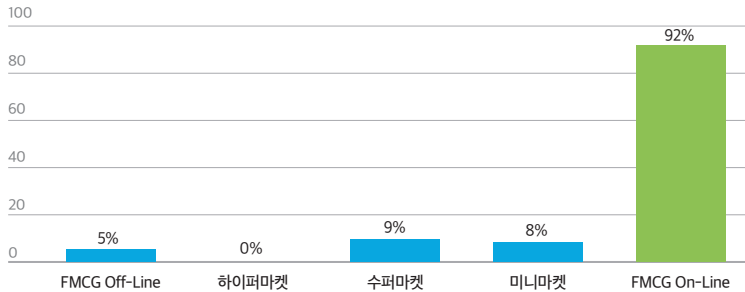
2020년 4월 기준 전체 FMCG시장의 5%는 온라인 거래를 통해 진행된 바 있으며 연평균 증가율의 경우 1.8%에서 4%대까지 성장률이 증가하였다.

불과 팬데믹 상황 몇 개월 전만 하더라도 편의점이 러시아 소비자들의 주요 구매 루트가 될 것이라는 Nielsen사의 시장분석 발표가 있었는데 천 제곱미터 규모의 소형 슈퍼마켓 또는 편의점들의 유통구조는 약 두 배 가까이 증가하고 있었으며 2019년 전체 FMCG시장의 6.6%(2018년 3.4%)를 차지할 정도로 급속한 증가 추세를 보인 바 있다.

저렴한 가격정책과 다양한 할인행사를 바탕으로 러시아 소비자들의 인기를 끌었던 디스카운터 매장들은 타 매장에서 판매가 감소된 상품들을 포함하여 대부분의 카테고리 상품을 끌어안으며 2018년 대비 12.6%의 매출 성장률을 기록한 바 있다.

같은 기간 전체 FMCG시장의 시장 성장률이 4%대임을 감안할 때 디스카운터 유형의 편의점 판매 증가는 괄목할 만한 성장이었음을 알 수 있다. 그러나 이러한 성장은 팬데믹이라는 새로운 사회현상과 맞물려 구조적인 변화를 맞이하게 되었다.

[FMCG시장의 연평균 유통구조]



기존의 온라인 FMCG시장은 일부 품목을 중심으로 매우 활발하게 발전하고 있었다. 소비자가 직접 구매하기 어려운 무거운 중량의 제품이거나 배송을 필요로 하는 제품들을 중심으로 온라인 거래들이 이뤄지고 있었는데 팬데믹 사태는 이러한 기존의 유통환경에 막대한 영향을 미치며 소비패턴을 크게 변화시켰다.

특히 러시아 소비자들은 정부의 Lock Down 지시로 인한 이동의 제한을 받게 되었으며 모스크바를 비롯한 일부 대도시들은 전자통행증 제도 아래에서 식품류 구매를 포함하여 대부분 온라인 거래로 소비형태를 바꾸기 시작한 것으로 알려졌다.

이러한 소비자들의 구매형태 변화는 FMCG 전문가들의 시장개발에 대한 전망에도 큰 변화를 일으키고 있으며 유망 품목도 팬데믹 상황에 맞게 변화하고 있다.

새로운 시장수요 변화

주변과의 사회적 격리 또는 제한을 요구받고 있는 새로운 현실은 소비자들의 구매 패턴을 완전히 바꾸고 있으며 특히 이러한 변화는 온라인시장에서 두드러지게 나타나고 있다.

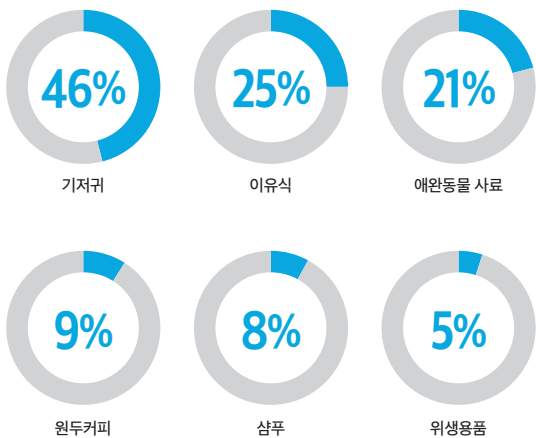
2020년 3월 러시아 시장조사 전문기관 Nielsen이 소비자를 대상으로 실시한 설문조사에 따르면 응답자의 1/5 (19%)이 FMCG 제품을 온라인으로 더 많이 구매하기 시작한 것으로 나타났다.

또한 온라인 쇼핑 소비자 수 증가뿐 아니라 다양한 상품이 온라인상 선보였으며 이와 함께 각종 할인 프로그램들을 도입하여 온라인 소비자를 대상으로 경쟁적인 홍보가 시작되었다.

팬데믹으로 인한 온라인 구매 붐으로 일부 프리미엄 브랜드는 온라인 시장에서 소비자들에게 노출되는 횟수가 더 많아지고 있는데 흥미로운 점은 유사상품의 평균 판매가격 상승을 부추기고 있으며 그럼에도 불구하고 전반적인 온라인 판매 성장률은 급속히 높아지고 있다.

급속한 성장을 기록하고 있는 상품 카테고리 중 하나로 초콜릿 바의 경우 오프라인보다 1.5배 가까이 높은 가격을 보이기도 했으며 그럼에도 동 품목 분야의 판매율은 560%의 증가율을 기록하였다.

[러시아 인터넷 소비자의 구매 품목(금액 기준)]

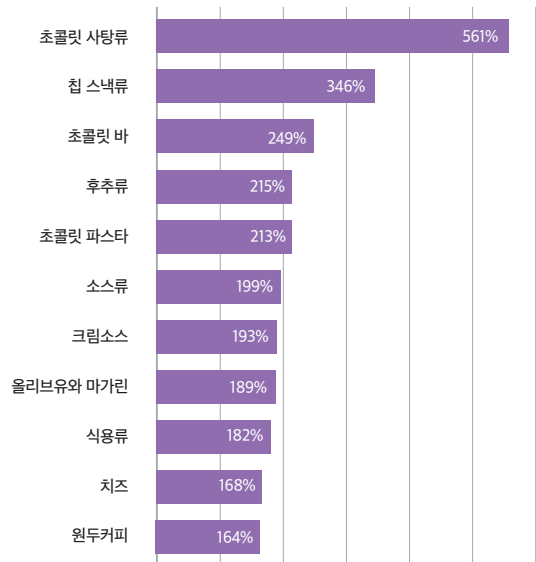


출처 : On-Line Retail-Audit Nielsen, April 2020 (전년 자료 대비)

온라인 식료품시장에서 높은 판매 증가율을 기록한 제품들을 조사하였는데 감자칩 등 스낵류의 경우 실제 매장 판매가의 1.3배, 초콜릿 바 1.7배, 버터 및 마가린류 1.5배 수준의 판매가를 형성하였다. 이외 애완동물용 사료의 경우 2배, 오일류 3.4배 정도의 고가의 판매가격이 형성된 바 있다.

코로나19라는 팬데믹 상황은 러시아 온라인 FMCG시장의 새로운 시장개발을 촉발하였으며 대부분의 농식품 유통기업들에게 새로운 기회를 제공하고 있다고 전문가들은 분석하였다.

[급속한 성장을 기록한 온라인 FMCG 제품군 현황]



온라인 판매 성장은 FMCG 주요 품목의 변화에 큰 영향을 미쳤는데 일부 품목의 시장규모는 전년 대비 두 배 이상 성장한 품목도 있는 것으로 조사되었다.

Nielsen 자료에 의하면 금액 기준으로 이유식의 경우 25%, 애견사료 21%, 원두커피 9%, 위생용품 5%, 생수 3%, 마카로니 2%, 추잉검 1%를 기록했으며 대부분의 온라인 판매매장에서 아기용 기저귀(46%)를 판매했다.

이러한 결과는 대부분의 FMCG시장뿐 아니라 온라인시장에서 벌어지고 있는 현상으로 분석된다.

자가격리에 대비한 소비자들의 사재기 현상은 러시아의 경우, 격리를 명령한 팬데믹 초기 일부 오프라인 매장을 중심으로 사례를 나타냈으나 온라인 구매를 통해 보다 신선한 농식품을 구매할 수 있다는 사실들이 알려지면서 잠잠해지기 시작했고 서구 유럽 등과 같은 사재기 열풍은 찾아볼 수 없었다.



또한 소비자들은 가급적 장기 비축이 가능한 식료품에 대한 구입을 온라인상에서 늘려갔으며 제빵류, 과일 및 채소, 우유 등 기타 식료품류에 대해 오프라인에서 구매하던 방식에서 온라인으로 옮겨가면서 시장규모는 오히려 늘어났다고 전문가들은 평가하고 있다.

Nielsen의 설문조사에 의하면 자가격리 해제 이후에도 러시아 소비자는 온라인을 통한 음료수 구매 13%, 가공식료품 18%, 과일 및 야채 11%, 가정용 위생용품 23%가 온라인을 통한 배송 구매를 희망한 것으로 조사되었다.

이러한 조사결과와는 팬데믹 이전 또는 팬데믹 상황보다도 온라인 구매에 대한 관심이 더욱 높아진 것을 반증한다.

온라인 판매 전망

FMCG시장 업계 종사자들은 팬데믹 파급 영향으로 인한 경기 침체에 대한 정부의 다양한 경제 부양 대책을 기대하고 있지만 대부분 한목소리로 향후 일 년 이상 온라인 판매에 대한 투자가 시급하다는 의견을 내고 있다.

주요 업계 관계자들을 살펴보면 조사자 중 제조업체의 62%, 유통업체의 85%가 이에 동의하고 있다.

오프라인시장이 전통적인 판매 품목의 점유율 감소로 품목 간 통합과 벤더 감소가 진행됨에 반해 온라인 FMCG에서는 신규업체의 시장 진출이 급증하고 있으며 식료품을 취급하지 않던 기업들까지도 식료품 소매시장에 뛰어들고 있는 것으로 조사되었다.

신규업체들은 다양한 마켓플레이스를 통해 소비자 기호에 맞

춘 플랫폼을 제시하고 있으며 품목의 특별한 경계를 허물고 의류, 헤드폰, 우유를 함께 공급할 수 있는 플랫폼을 구성하여 이에 더해 특별한 할인 서비스를 제공하기도 한다.

이러한 온라인시장의 특성은 기존 오프라인의 하이퍼마켓을 대신할 수 있는 장점이 있으며 팬데믹 시기뿐 아니라 이후에도 매우 매력적인 유통 루트로 자리 잡을 수 있다는 게 전문가들의 관측이다.

또한 이러한 온라인 거래 방식은 중장기적으로 러시아 소비자들에게 보다 안전하고 새로운 유통 루트로 자리잡았음을 시사하고 있다.

Key Point

최근 팬데믹 영향으로 이용이 급증한 온라인 거래시장에 일부 온라인 판매를 통한 항공권 구매, 여행상품 판매 등에 있어 가짜 사이트나 사기 행각이 빈번히 일어나고 있어 이에 대한 정부의 관심이 급증하고 있다. 일부 소비자들은 구색이 갖춰지고 이용 후기까지 올려진 사이트들을 믿고 거래를 진행하는데 지불된 대금뿐만 아니라 신용카드 도용 등 사회적 문제를 야기할 수 있는 요소가 예상되고 있는데 에스ক্র로 등 서구의 대응방법이 전무한 러시아에서는 소비자를 위한 대책 마련에 정부는 고심하고 있는 실정이다.

현재로서는 소비자 스스로가 조심하는 수 밖에 없다 보니 브랜드가 알려진 유명 온라인 쇼핑몰 이외에는 별다른 대안을 찾아볼 수가 없어 소비자들에게 이중 부담으로 작용하고 있으며 러시아 정부는 최근 이러한 사이트들을 폐쇄하거나 제한 조치를 하고 있지만 일일 적발 건수가 백여 건에 달할 정도로 심각한 수준으로 인식되고 있다.

러시아의 경우 개인 신용정보 보호나 신용거래에 대한 보호조치가 서구보다 미약한 수준으로 이에 대한 정책적 개선이 긴요한 실정이다.